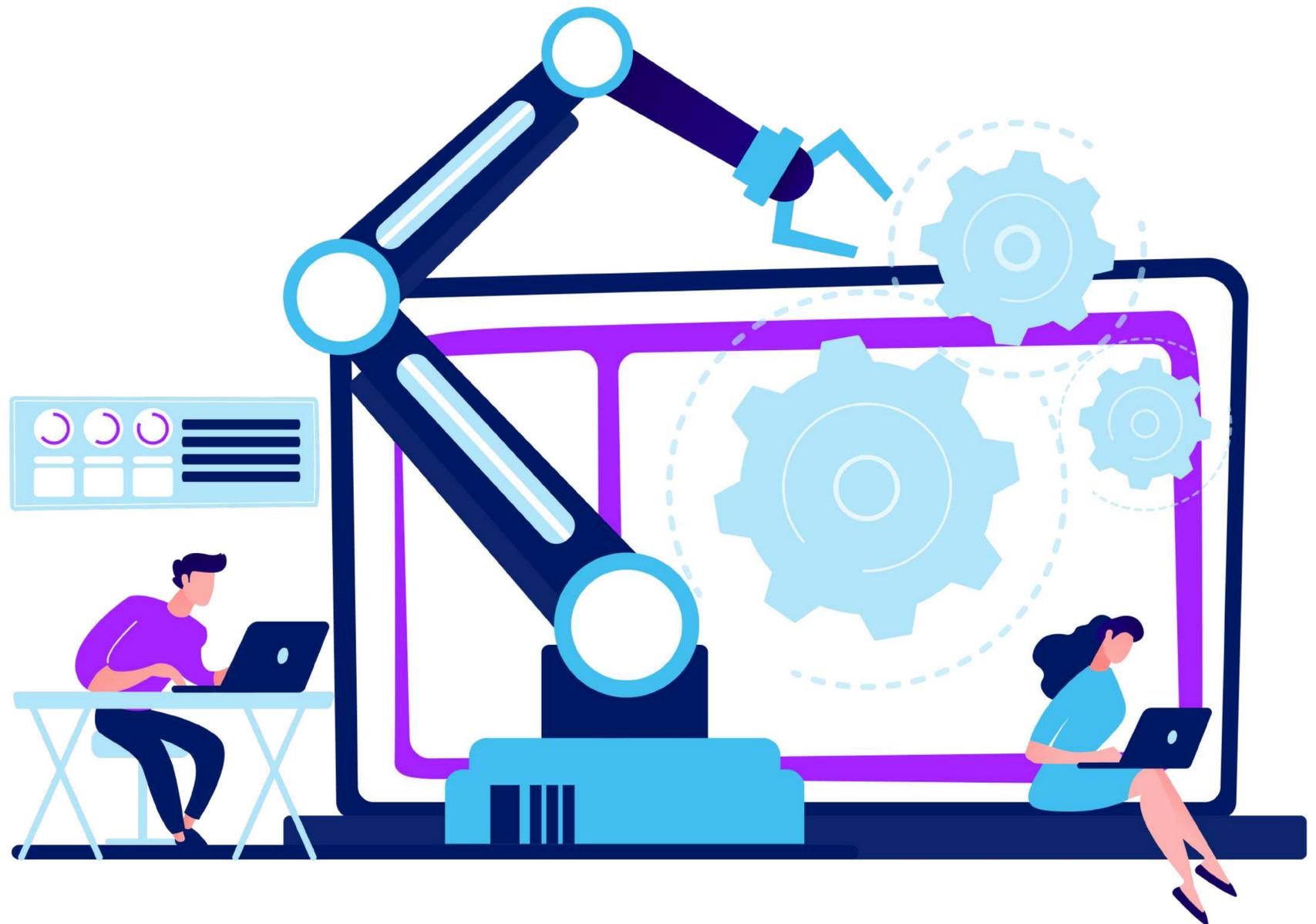


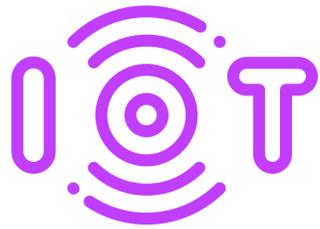
La crise sanitaire : catalyseur de la transition digitale des TPE industrielles et porteuse d'opportunités pour les leaders sectoriels



La numérisation couvre tous les secteurs d'activité et l'industrie n'échappe pas à la règle, avec une progression des usages numériques des installateurs déjà perceptible avant la crise.

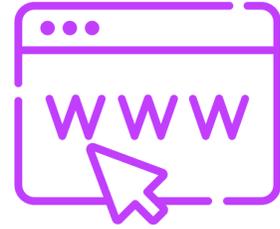


“Le Monde d’avant” était déjà le théâtre d’une tendance à la digitalisation des usages chez les installateurs



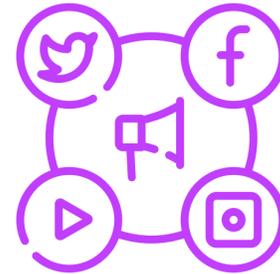
2,6

Equipements connectés par artisan en moyenne



68%

Installateurs dotés d’un site Internet



78%

Installateurs utilisant les réseaux sociaux à des fins de communication



2,6

Installateurs utilisant des applications professionnelles (optimisation de la gestion, devis, facturation...)

Par ailleurs, face à l’évolution des besoins de leurs propres clients, **les installateurs sont montés en compétence sur les sujets de domotique et d’IoT.**

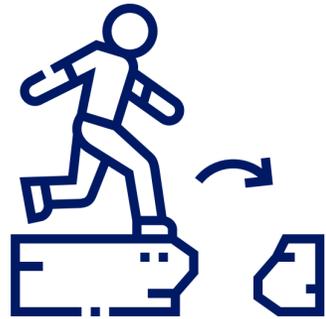
87%

Sont capables de répondre favorablement aux demandes d’automatisation de leurs clients, soit par l’ajout de compétences à leur offre, soit en contractualisant avec des partenaires

Néanmoins, ce secteur très fragmenté et composé en majorité de TPE (artisans, installateurs, réparateurs, etc.) présente des caractéristiques particulières qui constituent autant de freins à une digitalisation rapide.



Pour convaincre les réticents, industriels et pouvoirs publics se sont attaqués aux freins à la numérisation des usages dans le secteur



1 L'intervention sur site présente des contraintes dans l'utilisation des outils numériques, avec des réflexes d'utilisation des supports physiques (catalogues, plans...) encore fortement ancrés

:hager

Hager Ready – Application mobile permettant à l'installateur de gérer son catalogue, optimiser son travail et sa production de devis, aider à l'installation de façon automatisée (meilleure gestion des risques et erreurs à travers la vérification automatique de la conformité des plans et schémas).

2 Confrontés à une pénurie de main d'oeuvre et avec du temps souvent partagé entre les chantiers, les installateurs manquent de temps pour la gestion administrative et la transformation digitale.

Danfoss

La vie de l'installateur facilitée – Plateforme digitale dispensant conseils, formations, webinaires et informations produits gratuitement pour les installateurs. Ce programme est destiné à créer un parcours sans couture de l'achat au SAV, et permet aux installateurs de gagner du temps à chaque étape.

3 Les installateurs, conscients pour la plupart de leur retard numérique, manquent parfois de connaissance du sujet et des technologies existantes.



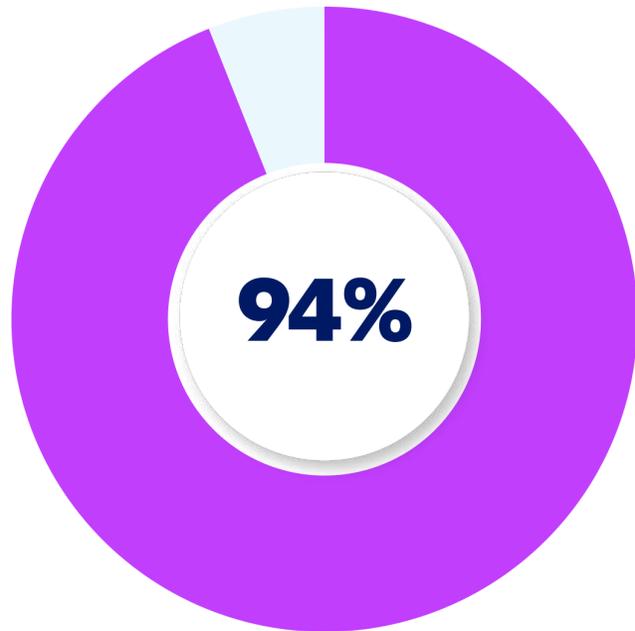
Batigital – Programme de formation à la transformation numérique des professionnels du bâtiment et de l'habitat, finance par l'Etat.

ENE – Accompagnement digital sur mesure pour les TPE et PME selon la maturité de chaque entreprise et projet.

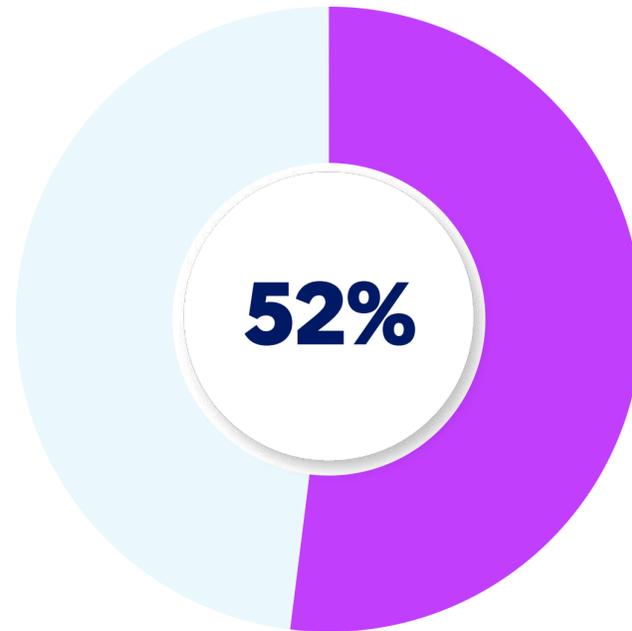
La crise sanitaire a été le catalyseur de la digitalisation des usages des TPE. La tendance semble désormais confirmée et certains industriels ont déjà renforcé leurs offres.



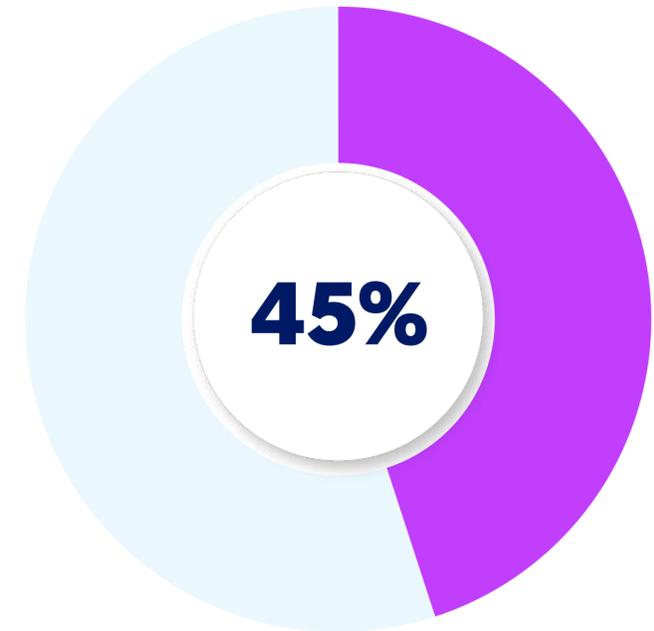
La crise sanitaire a remis la digitalisation au coeur des préoccupations des patrons de TPE qui souhaitent accélérer leur transition numérique



Des chefs d'entreprises de 1 à 9 salariés souhaitent un accompagnement dans leur transition numérique



Des CE de 1 à 9 salariés estiment que c'est un enjeu important



Estiment qu'ils ont du retard à rattraper dans le domaine



Les confinements successifs ont accéléré la hausse des usages d'outils numériques pour permettre aux artisans et notamment aux installateurs de répondre à la demande des particuliers. Portés par un marché immobilier dynamique, cette tendance bénéficie d'un effet cliquet : **ces nouvelles habitudes partagées par les particuliers et les installateurs s'inscrivent dans la durée et le retour en arrière est peu probable.** Cet outillage numérique permet notamment de maintenir le lien, de programmer des chantiers et de gérer les devis et la facturation.

Profitant des tendances sectorielles, des acteurs majeurs ont lancé des initiatives pour leurs clients durant la crise



Réseau de négoce

Améliorer l'expérience et le parcours client des installateurs en renforçant l'omnicanalité pour l'ensemble des adhérents au réseau

- Passage au click & collect durant la crise pour tous les adhérents
- Création d'une **Digital Factory**, notamment pour mieux exploiter la donnée client
- Accompagnement de la transformation des adhérents vers un modèle phygital



Industriel

Somfy Tahoma : Une solution 360 pour l'installateur en réponse aux usages et attentes de l'utilisateur final

- Accompagnement dans le choix du produit Somfy
- Guide d'installation et de mise en service
- Surveillance et maintenance à distance
- Liste de compatibilités hors catalogue Somfy



Distributeur

ManoMano Pro : Une nouvelle offre de distribution 100% digitale réservée aux professionnels

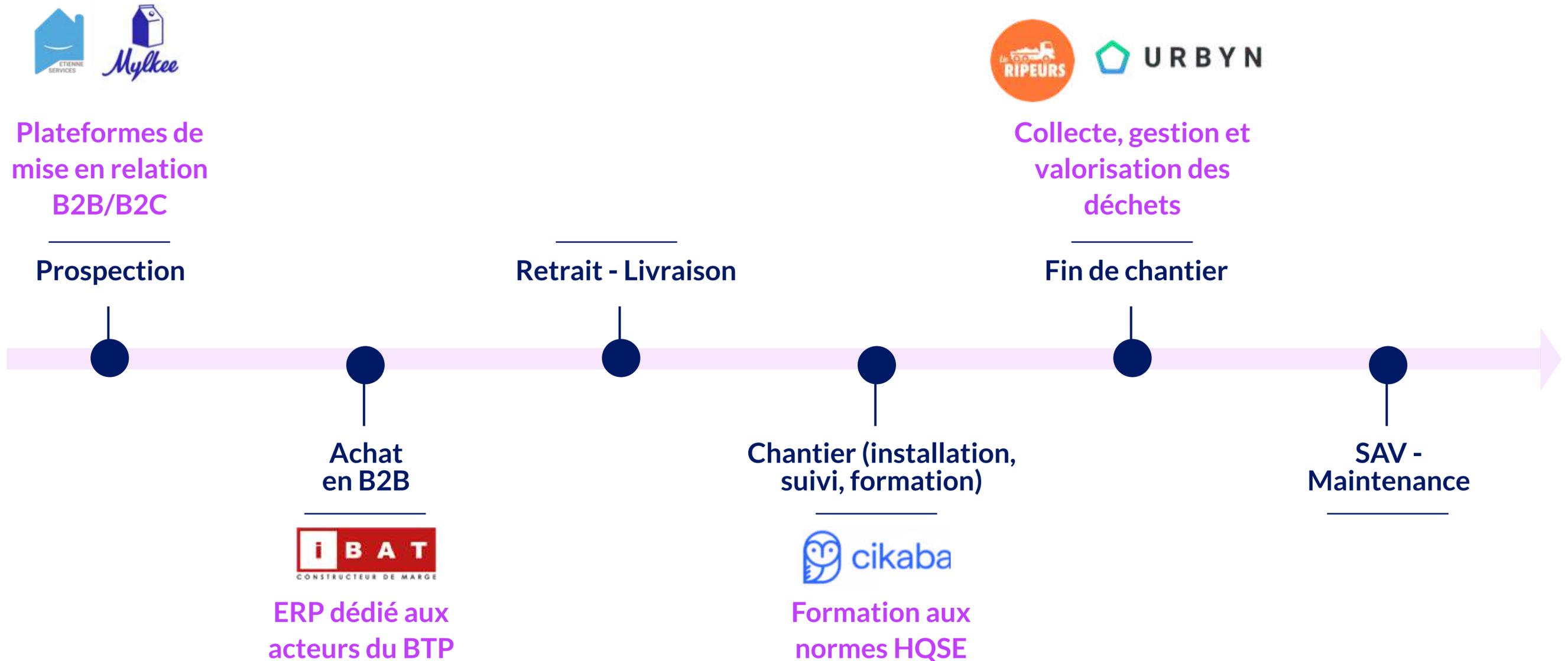
- Catalogue le plus large du marché
- Achats à prix négociés
- Programme de fidélité
- Accompagnement d'experts sur tout le parcours client

Ces exemples confirment que la relation entre les marques et les TPE peut être menacée, autant par des distributeurs que des industriels, qui, en élargissant leurs offres de service, réduisent le potentiel d'interaction directe entre les marques concurrentes et les acheteurs.

Dans cette chaîne de valeur modifiée, de nouveaux enjeux apparaissent dans la relation avec les TPE. L'industriel doit tenir compte du maximum de points de contact possibles pour exploiter de nouvelles opportunités.



La hausse des usages numériques dans les TPE bouleverse leur parcours client et favorise l'arrivée de nouveaux acteurs innovants



Face à la désintermédiation de la relation avec la TPE industrielle et l'arrivée de nouveaux acteurs innovants sur des parties clés du business, les industriels doivent trouver de nouvelles pistes pour renforcer la préférence de marque et maintenir le lien avec l'installateur tout en répondant aux enjeux auxquels ce dernier fait face.

Deux options clés émergent : l'offre servicielle 360 ou la maximisation de l'apport de valeur dans les étapes clés pour le client



Développer une Offre 360 couvrant toute la chaîne de distribution, sans compromis

- ✓ Offre la **maîtrise de l'ensemble des enjeux** sur la chaîne de distribution
 - ✓ **Multiplie les points de contact potentiels** entre la marque et l'installateur
 - ✓ **Etend** la proposition de valeur
 - ✓ **Offre un parcours bout-en-bout, sans couture**, à l'installateur et **améliore son expérience client**
 - ✓ **Renforce la visibilité** de la marque
-

- ✗ **Diversification difficile à mettre en place** (nécessite le design de services pertinents à chaque étape de la relation)
- ✗ **Mobilisation de nouvelles compétences complexe** dans un marché de l'emploi en tension



Cibler des étapes spécifiques de la chaîne de distribution

- ✓ Permet de **cibler spécifiquement des étapes cruciales** pour les installateurs et **d'approfondir les problématiques identifiées**
 - ✓ Capitalise sur les **points forts de l'industriel** et permet ainsi d'introduire rapidement des innovations sur le marché
 - ✓ **Renforce la notoriété** en adoptant une **position d'expertise** sur des domaines privilégiés
-

- ✗ **Moins de maîtrise face au risque de désintermédiation** avec l'installateur
- ✗ **Moins de compétitivité sur l'ensemble de la chaîne** face aux nouveaux entrants

La digitalisation étend la chaîne de valeur traditionnelle et ajoute des points de contact, notamment sur les sujets de durabilité

La prise de conscience collective dans le secteur offre une opportunité de transformer la chaîne de valeur et d'adresser de nouvelles problématiques...

...que certains acteurs adressent avec l'ambition d'exploiter des leviers technologiques pour embarquer l'industrie vers une activité plus durable



Collecte et valorisation des déchets



Services et solutions logistiques de collecte, évacuation et revalorisation des déchets de chantiers.

- **Le chiffre clé** : 85% de déchets revalorisés sur 95000t collectées



Circularité des matériaux et produits



Collecte et revalorisation des terres de chantier au profit de l'agriculture.

- **Le chiffre clé** : c.440 000m³ de terres valorisées

Au croisement des transformations business, digitales et durables, nous accompagnons nos clients industriels avec une conviction :

Un modèle de valeur soutenable requiert l'articulation entre une stratégie pragmatique face aux enjeux clients et environnementaux, et une implémentation véloce pour garder un coup d'avance sur le marché.



Retrouvez Thinkmarket sur :



Pour en savoir plus : www.itstimetoshift.consulting